

Indice

Prefazione, <i>di Ilvo Diamanti</i>	p. 7
I. Cultura popolare, media e politica pop	13
1. L'avvento della politica pop	14
2. La politica incontra i media	21
3. La logica dei media conquista la politica	24
4. I formati della politica pop	27
II. Televisione e «infotainment»	33
1. Logiche televisive	34
2. L'informazione divertente	41
3. «Infotainment 1.0»: un sottogenere dell'informazione	43
4. «Infotainment 2.0»: la strategia discorsiva dell'informazione	48
5. «Infotainment 3.0»: una nuova logica dell'intrattenimento	51
III. La via italiana alla politica pop	55
1. Mediatizzazione all'italiana	56
2. Quando la logica politica condiziona i media	64
3. Il «grande comunicatore»	69
IV. Dalla politica al «politainment»	73
1. Trasformazione: da politico a soubrette e viceversa	75
2. Rilevanza: sottolineare quello che non va	79
3. Parzialità: il punto di vista del comico	81

4. Superficialità: quando il gossip fa il politico	p. 82
5. Reality: l'ultima frontiera	84
6. L'ambigua logica dell'«entertainment»	86
V. Politica pop e cittadinanza	89
1. I media allontanano dall'impegno civico?	89
2. Cittadinanza, cultura civica e politica pop	93
3. Una cittadinanza «sottile»	97
4. Qualità civiche della politica pop televisiva?	99
VI. Lo spettatore-cittadino	105
1. Le risorse mediali di informazione politica	107
2. Politica pop: quanti e quali spettatori	110
3. Politica pop: come e perché	116
4. Spettatore e cittadino	123
Conclusioni	133
Appendice	139
1. La politica pop in 25 programmi	140
2. La politica pop a casa d'altri	165
Riferimenti bibliografici	173